

“EL MÉTODO”

LA PATOLOGÍA DE LA COMPETENCIA

IGNACIO FERNÁNDEZ *

La película “El Método” se sitúa en el contexto socio-político de una marcha contra el Fondo Monetario Internacional en una de sus habituales reuniones anuales. Con este trasfondo, el filme presenta un sistema de selección de personal que no escatima en usar la competencia interpersonal extrema como forma de “buscar al mejor”.

La metáfora de la película es la asociación entre un sistema de selección brutal y el capitalismo. El método de selección que propicia una competencia despiadada entre los seleccionados es el contenido narrativo que eligió el director Marcelo Piñeyro para reflejar su mirada del capitalismo, un sistema donde lo importante es el resultado final de rentabilidad, sin importar los medios que se usa, la cualidad ética de los mismos, los costos que genera ni los daños a la sustentabilidad.

Las sucesivas fases del sistema de selección de personal que narra la película llevan a los participantes a situaciones límites en las que el conflicto moral está siempre presente. Ese conflicto se puede sintetizar en la tensión entre el ego y lo éticamente correcto, entre ganar y perder. En este sentido, la película muestra la patología del ego y de la competencia como forma de encarar la vida y tomar decisiones en las organizaciones.

Los dilemas éticos son el trasfondo transversal de “El Método” y nos invita como espectadores a preguntarnos por nuestro sistema de creencias. ¿Qué haría uno en ese lugar?, ¿cómo se comportaría?, ¿qué decidiría?

Existen dos sistemas de pensamiento en oposición, que llamaremos el sistema de pensamiento del ego y el sistema de pensamiento de los valores post-convencionales, aquellos definidos por los más altos fines valóricos de una persona y que dan origen a la filosofía perenne. A saber, los valores trascendentes de la armonía, la solidaridad, el servicio, la paz, la ecología y el amor. Es decir, el bien común como opuesto a la exclusiva búsqueda del bien individual que simboliza el ego autorreferente.

¿Qué diferencia hay entre estos dos sistemas de pensamiento? La creencia que poseen a la base. El ego se sostiene en la creencia del ilegítimo otro, por lo que la persona egocéntrica se siente superior y con más derechos que los otros. Se siente especial. Al mirar la vida de modo autorreferente, lo importante es conseguir mis propios objetivos y ganar. Los otros pasan a ser obstáculos o amenazas para la conquista de mis logros o instrumentos para conseguirlos, por lo que las relaciones competitivas, paranoides y de exclusión pasan a ser su modo relacional. Sólo importo yo y mi objetivo. El resto es secundario o costos colaterales de mi éxito.

Esta lógica se recoge de buen modo en “El Método”, donde se impele a los participantes del proceso de selección de personal a la competencia amoral permanente. Se revela sistemáticamente la tensión ego / valores trascendentes. La oposición e incompatibilidad de estos dos sistemas de pensamiento se refleja en los efectos e impactos que tienen las creencias basales de ilegítimo otro (ego) y legítimo otro (nosotros, la comunidad), que se muestran en la siguiente tabla:

* Psicólogo, Pontificia Universidad Católica de Chile y Magíster en Dirección de Personas, Universidad Adolfo Ibáñez. Director Departamento de Psicología Organizacional, Universidad Adolfo Ibáñez, Chile. ignacio.fernandez@uai.cl

Tabla 1: La importancia de las propias creencias.

Dimensiones	Estilo actual en crisis	Liderazgo transformador
Actitud del líder ante la vida	Soberbia	Humildad
Atractor de sentido	El ego	La comunidad, el nosotros
Creencias	Competitivas	Cooperativas
Concepción de los otros	Recurso humano	Adulto autónomo
Uso del poder	Beneficio propio	Servicio a los demás
Foco de gestión	Tareas	Responsabilidad compartida en equipo
Foco de resultados	Rentabilidad	Rentabilidad, servicio al cliente, innovación y felicidad de los trabajadores
Estilo de gestión	Control férreo	Participación
Toma de decisiones	Centralizada en el jefe	Distribuida en los equipos
Emocionalidad dominante	Miedo	Confianza
Clima predominante	Negatividad	Positividad
Actitud relacional	Superioridad	Horizontalidad
Estilo comunicacional	Unidireccional	Conectividad distribuida
Concepción del futuro	Mantención del status quo	Aprendizaje y cambio

Lo estremecedor de esta comparación es comprobar que el sistema capitalista, y las organizaciones que operan en él, está diseñado desde una lógica egocéntrica y de competencia extrema. Es lo que se suele llamar “el sistema”, como una entelequia inamovible y con vida propia, mientras se olvida que ese sistema es una creación y decisión humana. Este modo de hacer empresa y negocios es una opción y una construcción subjetiva, por lo que nadie puede tomarla como realidad inmutable. “El Método” tiene el enorme valor de cuestionar esta perspectiva desde la exacerbación cinematográfica de las dinámicas competitivas.

El impacto de estas creencias ego vs. valores post-convencionales se refleja en la cotidianeidad organizacional mediante las relaciones interpersonales. “El Método” elige este camino para mostrarnos los conflictos morales y la tensión valórica sistemática: se debe eliminar a los otros para que yo siga en carrera. Es una opción brutal y simbólica de lo que sucede a diario en las relaciones intra e inter-organizacionales.

El ego produce relaciones desconfiadas, suspicaces y, en su extremo patológico, paranoicas. Todos son enemigos potenciales que me quieren atacar o dañar, o pueden impedir mi avance. La noción de legítimo otro promueve relaciones colaborativas, que buscan un sentido de logro y beneficio compartido, y donde la confianza es el bálsamo y tejido social básico de los equipos.

La tensión ego-valores post-convencionales se operacionaliza en la incompatibilidad entre las relaciones impersonales y las relaciones confiables. Las principales tensiones se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 2: Estilo relacional según la adscripción a la creencia del legítimo otro.

Dimensiones	Relaciones Impersonales	Relaciones Confiables
Foco existencial	Ego	Nosotros, la filiación
Creencia principal de la persona	Ilegítimo otro: superior o inferior.	Legítimo otro, igual por naturaleza
Tipo de relación	Verticalidad	Horizontalidad
Sensación que genera en el otro	Irrespeto, desconsideración o maltrato	Respeto y cuidado
Tipo de comunicación	Instrucciones y <i>feedback</i> negativo	Diálogo y <i>feedback</i> apreciativo
Sentido de la relación	Hacer que trabajes para mis metas	Sentido compartido trascendente
Concepción del colectivo	Grupo de tarea	Equipo de alto desempeño
Emocionalidad predominante	Miedo, negatividad	Confianza, positividad
Foco relacional	Relación funcional e instrumental	Construcción de vínculos
Dinámica de relación	Desconexión	Conectividad
Tipo de escucha	Diálogo interno, no escucha a otros	Escucha empática e indagación
Impacto emocional del jefe	Distancia y autoprotección	Cercanía
Efecto del jefe en el equipo	Exclusión, competencia, individualismo	Inclusión, unión, <i>engagement</i>
Tipo de liderazgo	Firme	Firme y cercano
Desarrollo emocional del jefe	Analfabetismo emocional	Autogestión y madurez emocional
Relación con el jefe	Descreimiento e invalidación	Credibilidad
Concepción de la felicidad	Utilitaria e instrumental	Finalidad de la propia vida

Como se observa en la Tabla 2, son las propias creencias de legítimo o ilegítimo otro las que configuran la realidad que se crea desde la interpretación subjetiva. Al establecer la realidad desde mi creencia, construyo un paradigma de como es la vida y como son las relaciones humanas. Lo interesante es que pocas personas distinguen que ésta es una creación personal y subjetiva, y cometen el error existencial esencial de creer que esa es “la realidad” objetiva del mundo.

El personaje Fernando, el estereotipo del ejecutivo frío, arrogante y exitista, vive en la obviedad de que las empresas son sólo para ganar dinero y que para ello deben existir heridos en el camino. Encarna la idea de que el fin justifica los medios, el mismo modo interpretativo y de comportamiento de la gran mayoría de los empresarios y ejecutivos. Que ningún lector se ruborice o espante. No es una ofensa. Es una descripción de cómo suceden frecuentemente los hechos en las organizaciones.

La mayoría de los participantes del mundo empresarial, al igual que todos los candidatos de “El Método”, considera que la realidad “es así”, sin cuestionarse escenarios alternativos. La finalidad incuestionada es ser exitoso para generar dinero y rentabilidad, impulsados por la seductora melodía de la codicia y el reconocimiento público, que satisfacen al ego a sus anchas. ¿No es hora de cuestionar la generalizada idea de la maximización de utilidades a todo evento y comenzar a explorar la noción de utilidad razonable o de ganancias conscientes y sustentables?

El escenario alternativo, escaso en el mundo empresarial actual, es lo que describe la lógica del legítimo otro, las relaciones colaborativas y la lógica organizacional de triple impacto, modelos de negocios que balancean los impactos económicos, sociales y ambientales.

Ana Páez, agotada de la competencia exacerbada en los límites morales, dice al finalizar la película: “¿Hasta dónde tenemos que competir?, ¿hasta que nos saquemos los ojos?” “El Método” refleja los extremos de la patología de la competencia a través de medios deshumanizantes.

En voz baja, prácticamente todos quienes participan de “la batalla” del mercado reconocen que es un escenario de matar o morir (ganar participación de mercado, competir para ser el número uno), derrotar a la competencia (fusiones, adquisiciones o agresivas ofertas públicas de acciones), unirnos unos pocos para asegurarnos la mayor parte de los ingresos

(colusiones y acuerdos monopólicos) y tratar de sobrevivir a como de lugar (comisiones, cohechos, coimas, adjudicaciones irregulares y lobby para frenar regulaciones).

Pocos dudan que el mercado sea salvaje. Tan brutal como el sistema de selección de “El Método”. Visto así, el sistema de pensamiento del ego campea y es imperante por mayoría absoluta. La batalla individualismo-comunidad o competencia-colaboración, la está ganando por lejos el ego individualista.

Las empresas hipercompetitivas son egocéntricas y narcisistas por la exclusiva búsqueda de su propio logro, con desconsideración de otros. Esa desconsideración permite decir que son empresas psicopáticas, sin ninguna culpa, remilgo ni reparo emocional o moral hacia los costos que producen los medios usados para lograr sus metas, ni por sus comportamientos personales u organizacionales. Son empresas insensibles y con un desprecio emocional hacia los demás. Los demás no son personas. Son “recursos humanos”, partes de personas o pedazos de relaciones que sirven al fin organizacional narcisista.

Como describe Carlos Vignolo¹, los ejecutivos chilenos están dominados por un demonio principal, la baja autoestima. Ello genera los extendidos síntomas de desconfianza, “chaqueteo”, soberbia, racismo, arribismo, clasismo y masoquismo. Lo interesante es que los líderes viven un curioso proceso personal: se genera una brecha entre la alta autoconfianza (por los logros obtenidos) y la baja autoestima que se mantiene. Este demonio oculto hace necesario oponerse a cualquier cambio y sostener un liderazgo férreo y tradicional para mantener el éxito y ocultar la baja autoestima, con la consecuencia organizacional de psicopatía y relaciones patológicas en la organización.

¿Es posible cambiar la forma competitiva que muestra la película?, ¿existe alguna posibilidad de que existan empresas diferentes, cuando la mayoría opera en el narcisismo y la psicopatía?, ¿queda espacio para algún tipo de esperanza? O como dice el cantante argentino Fito Páez en su canción “Al lado del camino”, “habrá que declararse incompetente en todas las materias del mercado. Habrá que declararse un inocente o habrá que ser abyecto y desalmado”.

La investigación en psicología organizacional permite atisbar alguna esperanza en este sombrío panorama empresarial y organizacional que devela “El Método”, mediante la aplicación de la Psicología Positiva al estudio de organizaciones. La Psicología Organizacional Positiva es el estudio científico del funcionamiento óptimo de las personas y de los grupos en las organizaciones, así como su gestión efectiva². Este estudio se concentra no sólo en lo positivo y en lo que funciona, sino que también examina cómo abordar los problemas y las emociones negativas en contextos empresariales³.

Los hallazgos científicos de los últimos años permiten afirmar la existencia incipiente y creciente de organizaciones saludables⁴, marcadas por aquellas empresas que buscan tener una estrategia organizacional que balancea procesos de trabajo saludables (con un balance entre demandas de tarea y recursos disponibles), empleados saludables (con la promoción de la calidad de vida en el centro de la estrategia organizacional) y resultados sustentables a nivel de rentabilidad, satisfacción de clientes, innovación de procesos y clima laboral.

La investigación muestra que promover calidad de vida en el trabajo, relaciones de equipos basadas en la conectividad y la confianza, la presencia de alto capital psicológico positivo y engagement en los trabajadores y un estilo de liderazgo firme en los resultados y cercano en las relaciones - que la psicología organizacional llama liderazgo transformacional⁵ está asociado a buenos resultados económicos, sustentabilidad y buen clima laboral.

¹ Vignolo (2009) pp 13.

² Salanova, Martínez y Llorens, (2007) pp. 353.

³ Wong (2011) pp. 72.

⁴ Acosta et al (2013) pp. 108.

⁵ Cruz-Ortiz et al (2013) pp. 184.

Los estudios confirman la existencia de prácticas organizacionales saludables, equipos rentables y sanos, y empresas balanceadas⁶. Aún son pocas, pero existen. Al indagar en estas organizaciones sobre cuáles son los factores que generan este cambio de paradigma en relación a la perspectiva mayoritaria, siempre nos encontramos con algún dueño de empresa o ejecutivo que, desde su concepción ética de la vida, decidió construir una empresa consciente. Lo primero para generar el cambio de perspectiva es poner la salud y el bienestar de las personas como un fin en sí mismo, y como una meta organizacional de la misma importancia que la rentabilidad.

“El Método” es una película difícil de ver. Dan ganas de dejarla. Agota, frustra, deprime. Es un espejo que refleja la realidad organizacional cotidiana que vive la mayoría de las personas. Por algo en el Estudio Zoom al Trabajo de 2012, realizado por la Escuela de Psicología de la Universidad Adolfo Ibáñez y la Consultora Visión Humana, el 75% de los trabajadores se considera abusado por su empresa, el 64% está insatisfecho con su trabajo, el 88% trabaja principalmente por dinero y la mayor causa de insatisfacción laboral es el trato de los jefes.

Esta feroz evidencia es coherente con lo que muestra esta película española, reflejando que el modo de hacer empresa predominante en el capitalismo vigente tiene el efecto de enfermar a las personas, generar relaciones interpersonales patológicas, promover estilos de liderazgo psicopáticos y depredar el tejido socio-organizacional y los recursos ambientales. También genera riqueza, impulsa el crecimiento económico y mejora los estándares basales de vida de las personas.

A la fecha, la creación de riqueza y el bienestar de las personas parecen estar más en oposición que caminar de la mano. La evidencia muestra que el crecimiento económico no va aparejado con el aumento de los niveles de bienestar subjetivo y felicidad de las personas⁷. Por lo mismo, “El Método” nos enfrenta a cuestionamientos inevitables: ¿no es posible generar riqueza y a la vez bienestar y felicidad en las personas?, ¿no se podrá generar crecimiento económico mediante relaciones colaborativas en que todos ganemos?, ¿es posible hacer negocios con un respeto mínimo por los valores humanos post-convencionales?, ¿son compatibles la ética y los negocios?

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA Hedy, TORRENTE Pedro, LLORENS Susana y SALANOVA Marisa (2013). Prácticas organizacionales saludables: un análisis exploratorio de su impacto relativo sobre el engagement con el trabajo. *Revista Peruana de Psicología y Trabajo Social*, Vol. 2, N° 1, pp. 107-120.
- BAKKER Arnold, RODRÍGUEZ-MUÑOZ Alfredo y DERKS Daantje (2012). La emergencia de la psicología de la salud ocupacional positiva. *Psicothema*. Vol. 24, N° 1, pp. 66-72.
- CRUZ-ORTIZ Valeria, SALANOVA Marisa y MARTÍNEZ, Isabel (2013): “Liderazgo transformacional: investigación actual y retos futuros” *Univ. Empresa*, (25): 13-32.
- DIENER, Edgar y TAY, Louis (2013). Well-being and happiness: a new development paradigm. Report of the well-being working group, Royal Government of Bhutan. Report to the United Nations General Assembly.
- FERNÁNDEZ, Ignacio (2009): “Psicología Organizacional Humana”. En: FERNÁNDEZ y SANHUEZA (eds.). *Psicología para la Vida*. (Santiago, JC Sáez Editor).
- FERNÁNDEZ, Ignacio (2014). *Felicidad en el trabajo*. Libro en prensa.

⁶ BAKKER *et al* (2012) pp. 67.

⁷ DIENER y TAY (2013) pp. 8.

- FERNÁNDEZ, Ignacio & CORDERO, Pía (2009): “Integridad personal”. En: FERNÁNDEZ y SANHUEZA (eds.). *Psicología para la Vida*. (Santiago, JC Sáez Editor).
- SALANOVA Marisa, MARTÍNEZ Isabel y LLORENS Pedro (2007): “Psicología Organizacional Positiva”. En: PALACÍ Francisco José (coord.). *Psicología de la organización*. (Pearson, Prentice-Hall).
- SALANOVA, Marisa y SCHAUFELI, Wilmar (2009): *El engagement en el trabajo* (España: Alianza Editorial).
- SUBIRANA, Miriam y COOPERRIDER, David (2013): *Indagación Apreciativa* (España: Kairós).
- VIGNOLO, Carlos (2009) "Ángeles y demonios en las organizaciones: notas para una psicopatología de la innovación". *Documentos de Trabajo – Serie Gestión* Número 113, Departamento de Ingeniería Industrial, Universidad de Chile.
- WONG, Paul (2011). “Psicología Positiva 2.0: hacia un modelo interactivo equilibrado de la buena vida”. *Canadian Psychology*, Vol. 52, N° 2, pp. 69–81.